

PENGARUH PERSONALISASI, PENANGANAN KELUHAN, DAN  
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KESETIAAN PELANGGAN  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK APPLE



OLEH:  
OSVALDO GUNAWAN  
3103012095

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016

PENGARUH PERSONALISASI, PENANGANAN KELUHAN, DAN  
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KESETIAAN PELANGGAN  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK APPLE

SKRIPSI S1  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

OLEH:

OSVALDO GUNAWAN  
3103012095

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016

## HALAMAN PERSETUJUAN

### SKRIPSI

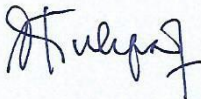
PENGARUH PERSONALISASI, PENANGANAN KELUHAN, DAN  
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KESETIAAN PELANGGAN  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK APPLE

OLEH:

OSVALDO GUNAWAN

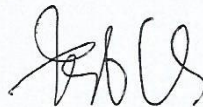
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.  
Tanggal: 13 Januari 2016

Pembimbing II,




Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.  
Tanggal: 13 Januari 2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Osvaldo Gunawan NRP 3103012095, Telah diuji  
pada tanggal 30 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.

NIK. 311.02.0543

Mengetahui:

Dekan,

  
Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si  
NIK. 311.99.0369

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya sebagai mahasiswa Unika  
Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Osvaldo Gunawan

NRP : 3103012095

Judul Skripsi : PENGARUH PERSONALISASI, PENANGANAN  
KELUHAN, DAN PERSEPSI KUALITAS  
TERHADAP KESETIAAN PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK APPLE

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya.  
Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima  
sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya  
Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini  
dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*  
Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan  
akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini  
saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Januari 2016

Yang menyatakan



(Osvaldo Gunawan)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan skripsi yang berjudul Pengaruh Personalisasi, Penanganan Keluhan, dan Persepsi Kualitas Terhadap Kesetiaan Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Produk Apple. Penulis sangat bersyukur karena telah diberkati dan mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak sehingga penyusunan laporan skripsi dapat berjalan dengan lancar untuk memenuhi syarat kelulusan dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

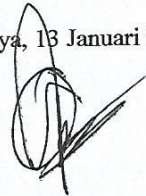
1. Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan berkat yang sangat luar biasa sehingga seluruh proses dalam pengerjaan laporan skripsi dapat berjalan dengan lancar dan baik.
2. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CAA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan dan Dosen Pembimbing 2, yang telah membimbing penulis dalam pengerjaan laporan skripsi
4. Ibu Dr. Diah Tulipa, SE., MM. selaku Dosen pembimbing 1, yang telah memberikan banyak arahan kepada penulis sehingga pengerjaan laporan skripsi dapat berjalan dengan baik
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung kelancaran proses skripsi



6. Kepada Papa dan Mama, serta kakak saya Christian Helvin Gunawan yang telah membantu saya untuk dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu
7. Kepada Stefanie Andreas yang telah menemani saya dari awal penulisan skripsi dan memberi dukungan agar skripsi dapat berjalan dengan baik dan selesai tepat waktu
8. Kepada Natalia Erisca, Fumiko Jovita, Adi Budiono, Reinaldo C.Tjoa dan teman-teman lain yang telah bersama-sama membantu dan mengerjakan laporan, telah melewati masa sulit bersama.

Mengingat adanya keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis sendiri menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam laporan ini, oleh karena itu penulis akan menerima segala kritik dan saran dengan senang hati. Penulis berharap semoga dengan adanya laporan penelitian skripsi ini dapat sedikitnya membantu kelancaran penelitian di masa yang akan datang.

Surabaya, 13 Januari 2016



Osvaldo Gunawan.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Akademis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Kajian Teori.....	10
2.2.1. Kesetiaan Pelanggan.....	10



2.2.2. Kepuasan Pelanggan.....	11
2.2.3. Personalisasi.....	13
2.2.4. Penanganan Keluhan.....	14
2.2.5. Persepsi Kualitas.....	15
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	16
2.3.1. Hubungan Personalisasi dengan Kepuasan Pelanggan...	16
2.3.2. Hubungan Penanganan Keluhan dengan Kepuasan Pelanggan.....	17
2.3.3. Hubungan Persepsi Kualitas dengan Kepuasan Pelanggan.....	18
2.3.4. Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Kesetiaan Pelanggan.....	19
2.3.5. Hubungan personalisasi dengan Kesetiaan Pelanggan Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.....	19
2.3.6. Hubungan Penanganan Keluhan dengan Kesetiaan Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan....	20
2.3.7. Hubungan persepsi Kualitas dengan Kesetiaan Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan...	21
2.4. Model Penelitian.....	22
2.5. Hipotesis.....	22

### BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian.....	23
3.2. Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel.....	23
3.2.1. Identifikasi Variabel.....	23
3.2.2. Persamaan Struktural.....	24
3.2.3. Definisi Operasional.....	24
3.3. Skala Pengukuran Variabel .....	27
3.4. Populasi dan Sampel .....	28

3.5.	Jenis dan Sumber Data.....	29
3.6.	Uji Persyaratan.....	30
3.6.1.	Uji Validitas.....	30
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	30
3.7.	Teknik Analisis Data.....	31
3.7.1.	Asumsi <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	31

#### BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.2.	Karakteristik Responden.....	36
4.3.	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
4.4.	Uji Asumsi SEM.....	48
4.3.1.	Uji Normalitas.....	48
4.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
4.4.1.	Uji Validitas.....	50
4.4.2.	Uji Reliabilitas.....	51
4.6.	Uji Kecocokan keseluruhan Model.....	51
4.7.	Uji Kecocokan Model Struktural .....	52
4.8.	Pembahasan.....	55

#### BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Simpulan.....	61
5.2.	Saran.....	64
5.2.1.	Saran Praktis.....	64
5.2.2.	Saran Akademik.....	64

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang..	9
Tabel 3.1. Goodness Of-Fit Index.....	32
Tabel 4.1. Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2. Usia.....	36
Tabel 4.3. Pekerjaan.....	37
Tabel 4.4. Penghasilan.....	37
Tabel 4.5. Tipe Gadget.....	38
Tabel 4.6. Upgrade Gadget.....	39
Tabel 4.7. Mengajukan Keluhan.....	40
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Personalisasi.....	41
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel Penanganan Keluhan.....	42
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas.....	44
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	45
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel Kesetiaan Pelanggan.....	46
Tabel 4.13. Hasil Uji Univariate.....	47
Tabel 4.14. Hasil Uji Multivariate.....	48
Tabel 4.15. Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.16. Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.17. <i>Goodnes of-Fit-Index</i> .....	51
Tabel 4.18. Hasil Penelitian.....	52

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	22

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Uji Normalitas
- Lampiran 8. Uji Struktural Equation Model

## ABSTRAK

Dalam kegiatan pemasaran, seringkali apa yang disampaikan oleh perusahaan belum tentu dapat memuaskan semua konsumennya, ketika konsumen merasa tidak terpuaskan, konsumen akan menyampaikan keluhannya kepada perusahaan, penanganan keluhan yang baik akan memberikan kepuasan bagi konsumen, begitu juga dengan personalisasi dan persepsi kualitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan personalisasi, penanganan keluhan, dan persepsi kualitas, kepuasan pelanggan, terhadap kesetiaan pelanggan.

Penulisan laporan ini menggunakan metode Purposive sampling yang akan dibagikan kepada 100 orang konsumen Apple. Data dikumpulkan dengan menggunakan pembagian kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya personalisasi, penanganan keluhan, dan persepsi kualitas yang baik dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Personalisasi, persepsi kualitas, penanganan keluhan, kesetiaan, kepuasan.

## ABSTRACT

*In the marketing activities, often happens that what is presented by the company may not be able to satisfy all of their customers, when customers are not satisfied, they will submit a complaints to the company, the handling of their complaints will give satisfaction to the consumers, as well as personalization and perceived quality. The purpose of this study was to examine the relationship of personalization, complaint handling, perceived quality, customer satisfaction to customer loyalty.*

*This report is wrote by using purposive sampling method that will be distributed to 100 consumers Apple. Data was collected using questionnaird distribution. Structural Equation Modeling (SEM) are used in this research. The analyiss showed that personalization, complaint handlings, and perceived quality can be positive and significant impact on loyalty mediated by customer satisfaction*

**Keywords: Personalization; Complaint Handling; Perceived Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty**